

情報伝達に仮面は無用

後 藤 則 行

音楽、ビデオやコンピューターソフトの非合法コピーなどいわゆる知的所有権の尊重に対する我々日本人のモラルの低さが指摘されて久しいが、これと類似して最近大いに気になることがある。

以下の言葉が何を表わすかお解りだろうか。「炭坑夫の娘」、「将校と紳士」、「親愛の契り」、「アフリカより」、「小さな神の申し児たち」。恐らく聞いたこともないだろう。然り。これは、1980年以降の米国アカデミー賞で何らかの部門賞を受賞した映画の題名を日本語に直訳したものである。ところで日本語題名は順に、「歌え！ロレッタ愛のために」、「愛と青春の旅立ち」、「愛と追憶の日々」、「愛と哀しみの果て」、「愛は静けさの中に」である。これなら耳にした記憶のある人も多いだろう。

原題名と日本語題名の間の大きな相違に驚かれないだろうか。また、それぞれの題名から我々が抱くイメージに何と大きな隔たりがあることか。日本語題名では「愛」のバーゲンセールである。

このような原題名と日本語題名の相違は映画に限らない。程度の差こそあれ、洋書の翻訳本にもその傾向は見られる。特に最近その傾向が著しいように思われる。中でも経済ブームを反映してか、やたら仰々しい誇大タイトルがつけられた経済関係の評論書や小説が所狭とし書店の棚を埋め尽くしている。

このような歪曲(?)された情報の伝達の理由を考えるに、一つは明らかに売り上げを第一とする商業主義、そしてもう一つは視聴者や読者が理解し易いようにという、時には

多分におせっかいな「親切主義」であるように思われる。もちろん両者とも伝達者の動機としては十分容認されるし、好ましい側面もあるかも知れない。しかし、あくまでも程度問題である。作品のタイトルというのは作品の顔であり、作者の意図の凝縮である。中には作品を仕上げるのと同じくらいの時間をタイトルの考案にかける人もいと聞く。自分の顔にやたらとけばけばしい装飾をほどこされたり、ましてや仮面を被せられることを快く思う人がいるだろうか。

翻訳題名の度を越した創造は消費者にたいしても一つの詐欺である。明らかに消費者は先ずそのタイトルによって作品の内容についてイメージを抱き購買決定をする。購買時に内容を詳しく吟味する時間はほとんど無いだろうから、タイトルが唯一の判断材料でさえある。また、そのタイトルがいつまでも先入観として頭に残り作品の解釈が歪められるとしたら、それこそ悲劇的でさえある。

翻訳という情報の伝達において、少なくともタイトルだけは正確に伝えてほしいと思うのは私だけだろうか。原作者と翻訳者との契約、原作者が翻訳題名をどう思っているかについては、私は全く無知である。しかし、少なくとも一人の消費者としてかような批判的意見を述べる権利はある。変化しつつあるものの、消費者の発言力が弱いのは我が国の経済の一つの特徴である。宣伝装飾や啓蒙的説明もある程度結構だし時には有用であるが、少なくともそれらは一切副題や余白に回し、作品の素顔は覆わないでほしいものである。

(金沢大学経済学部助教授)